N

os ha impactado muy favorablemente el artículo de Hitendra Patil, titulado [New Staffing Strategies for the Next-Generation Accounting Firm](http://cpatrendlines.com/2017/03/03/new-needs-staff-accounting-firms/). Según se anuncia, el autor “(…) *applies emerging studies in neuroscience to entrepreneurial strategies at tax and accounting firms in* [*Accountaneur: The Entrepreneurial Accountant*](https://store.cpatrendlines.com/shop/accountaneur/). (…)”.

Las neurociencias son cada vez más mencionadas. Según [Wikipedia](https://es.wikipedia.org/wiki/Neurociencia), “*Las neurociencias son un conjunto de disciplinas científicas que estudian la estructura, la función, el desarrollo de la bioquímica, la farmacología, y la patología del sistema nervioso y de cómo sus diferentes elementos interactúan, dando lugar a las bases biológicas de la conducta*”.

El artículo inicia por anotar que muchas firmas de contadores piensan que ellas se dedican a vender tiempo. Acostumbradas a facturar por horas de trabajo y a costear de la misma manera, parece que efectivamente el negocio consistiera en disponer personal a favor de terceros, lo que aparenta ser la médula de toda prestación de servicios.

Obviamente la cosa no es así de sencilla. Las horas trabajadas deben producir satisfacción en el cliente, la cual se mide en veces por la rapidez y precisión de la solución dispensada a una situación, en veces por la diligencia, la transparencia, la integridad y las buenas maneras del prestador.

Muchas veces nos preguntamos si hemos sabido cambiar lo suficiente para responder a las nuevas generaciones. Los profesores tendemos a repetir nuestra forma de actuar, por considerar que ella es acertada. Sin embargo, en ocasiones estamos desenfocados, ante nuevas generaciones que tienen aspiraciones y necesidades diferentes de las que tenían las que las precedieron.

Sin lugar a duda, la principal inversión de una firma de contadores debe hacerse en su gente. Hay que aumentar permanente sus conocimientos, mejorar sus habilidades y reforzar sus valores. Y hay que lograr que se sienta feliz en el trabajo, de manera que no se vaya, haciendo perder todos los esfuerzos de los que ella haya sido objeto.

El autor explica las *Physiological needs, Learning opportunities, early mentoring, Feeling of contribution, Participation in decision-making, Role fits passion and motivators*.

Siempre hemos tenido claro que la contaduría debe ser amada por quien la practique. Como muchos la han estudiado porque no había más opciones, este es un objetivo en el que hay que trabajar mucho. Este amor no se expresa en alargar las horas de trabajo y vivir sobrecargado, como algunos socios exigen, obviamente en un planteamiento meramente económico: producir más sin subir los pagos. El amor por la contaduría se expresa en el deseo de estar al día, en la constante inclinación hacia las discusiones científicas, en el esfuerzo por realizar las calidades de la información, en el respeto por los que lo antecedieron y en la lucha por mejores horizontes. Es claro que todos los que traicionan los principios éticos no aman la profesión.

*Hernando Bermúdez Gómez*